

# 特色农产品营销视角下的武城县辣椒产业链优化发展研究

王 婷

甘肃农业大学财经学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年7月23日; 录用日期: 2025年8月5日; 发布日期: 2025年9月1日

## 摘 要

本文通过对武城县辣椒产业化发展研究, 分析县域特色农业发展过程中面临的销售模式变化、种植结构调整等动态要素的实际影响, 揭示了特色农产品营销视角下农业产业化发展的内在逻辑, 集中展现了从单一模式向全产业化发展的趋势与过程。本文以武城辣椒产业价值链纵向发展分析以及与其他地区特色县域特色农业产业横向比较结论, 提出产业链优化策略, 为拓展特色农业新的销售模式及促进农业现代化的发展新路径提供实用性的决策和思路参考。

## 关键词

农产品营销, 农业产业链, 辣椒产业, 区域特色农业

# Research on the Optimal Development of the Chili Pepper Industry Chain in Wucheng County from the Perspective of Special Agricultural Product Marketing

Ting Wang

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Jul. 23<sup>rd</sup>, 2025; accepted: Aug. 5<sup>th</sup>, 2025; published: Sep. 1<sup>st</sup>, 2025

## Abstract

This article, through the research on the industrialization development of chili peppers in Wucheng

文章引用: 王婷. 特色农产品营销视角下的武城县辣椒产业链优化发展研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 150-159.

DOI: 10.12677/ec.2025.1492896

County, analyzes the actual impact of dynamic factors such as changes in sales models and adjustments in planting structures during the development of characteristic agriculture in the county. It reveals the internal logic of agricultural industrialization development from the perspective of marketing characteristic agricultural products and showcases the trend and process of development from a single model to full industrialization. Based on the analysis of the vertical development of the value chain of Wucheng pepper industry and the horizontal comparison with the characteristic agricultural industries in other regions' characteristic counties, this article proposes strategies for optimizing the industrial chain, providing practical decision-making and thinking references for expanding new sales models of characteristic agriculture and promoting new paths for the development of agricultural modernization.

## Keywords

Agricultural Product Marketing, Agricultural Industrial Chain, Chili Industry, Regional Characteristic Agriculture

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

当前,现代乡村产业体系加快构建,发展乡村产业特别是特色农业产业,是巩固和拓展脱贫攻坚成果、促进城乡融合发展和推动乡村全面振兴的迫切要求[1]。并指出发展特色产业是实现乡村振兴的一条重要途径,要着力做好“土特产”文章,以产业振兴促进乡村全面振兴[2]。这明确了发展特色农产品在乡村振兴战略中重要意义。《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》[3]以及《“十四五”电子商务发展规划》[4]均明确了数字经济在高质量发展中的重要作用。近些年来,中国农村产业发展水平得到了较大提升。2023 年,中国规模以上农产品加工业实现利润总额同比增长 14.7%。尤其是以“千万工程”为代表,推动了乡村全面振兴的实践范例[5]。2025 年中央一号文件中,“着力壮大县域富民产业”作为单独一章,其着眼于“三农”发展全局,作出了发展乡村特色产业、完善联农带农机制、拓宽农民增收渠道等决策部署。发展县域经济要充分挖掘并利用本土资源禀赋,做深做透“土特产”特色文章,将得天独厚的农业、文化、生态等地理标志转化为经济优势,是培育富民产业的关键所在。本文以特色农产品营销视角下的农业产业融合价值链优化为重点,进行系统性探索和实例研究,探讨特色农产品销售以及农业产业化高质量发展新模式。

本研究选取山东省武城县辣椒产业为分析案例,主要基于以下标准与理由:第一,典型性。武城县是国家级“中国辣椒之乡”,“武城辣椒”是国家农产品地理标志产品,并入选山东省知名农产品区域公用品牌,武城县辣椒产业在县域特色农产品发展中具有显著的代表性。第二,产业链完整性。武城辣椒产业涵盖了种植、加工、仓储、物流、销售、品牌建设等相对完整的产业链环节,且在发展过程中逐步形成如农户直销、合作社中介、加工企业主导、贸易仓储企业主导等多种价值链模式,便于进行纵向深度分析。第三,数据可得性与问题凸显性。武城辣椒产业在快速发展过程中,其订单农业履约、价值链整合、品牌建设等方面面临的问题具有普遍性,相关统计数据通过查阅资料及走访调查清晰可得,便于开展实证分析。

在研究方法上,本研究综合运用案例分析法、对比分析法和定性分析法展开。定性资料的收集主要

通过以下途径：一是深度访谈。本人于 2025 年 1 月至 3 月间，对武城县农业农村局、辣椒产业协会、代表性企业中椒英潮、虎邦食品等、合作社负责人及种植户等关键信息人进行了半结构化访谈，访谈内容涉及产业发展历程、经营模式、面临挑战、政策诉求等。二是参与式观察。实地走访了武城镇尚庄村辣椒产业园区、郝王庄镇玄帝庙辣椒市场、中椒英潮加工基地等，观察辣椒交易、加工流程及产业协作实况。三是文献与档案资料收集。系统梳理了武城县统计年鉴、辣椒产业规划文件、企业相关部门可公开数据、相关研究报告及政策文本。定性资料的分析主要采用内容分析法，对访谈内容及文献资料进行提炼总结，并与定量数据相互验证，力求结论的客观性与科学性。依托定性分析法，系统总结武城辣椒产业链在特色农产品营销视角下的发展成效，并深入剖析其面临的核心挑战，运用对比分析法，将武城辣椒产业与同样获得地理标志认证的金乡大蒜产业、洛川苹果产业进行系统比较，聚焦其价值链各环节的异同，由此识别农业产业融合过程中的关键制约因素。旨在为县域层面优化农业产业链的政策制定，提供兼具实践指导意义与理论支撑的依据。

2. 武城辣椒产业发展分析

2.1. 武城辣椒农业生产概况

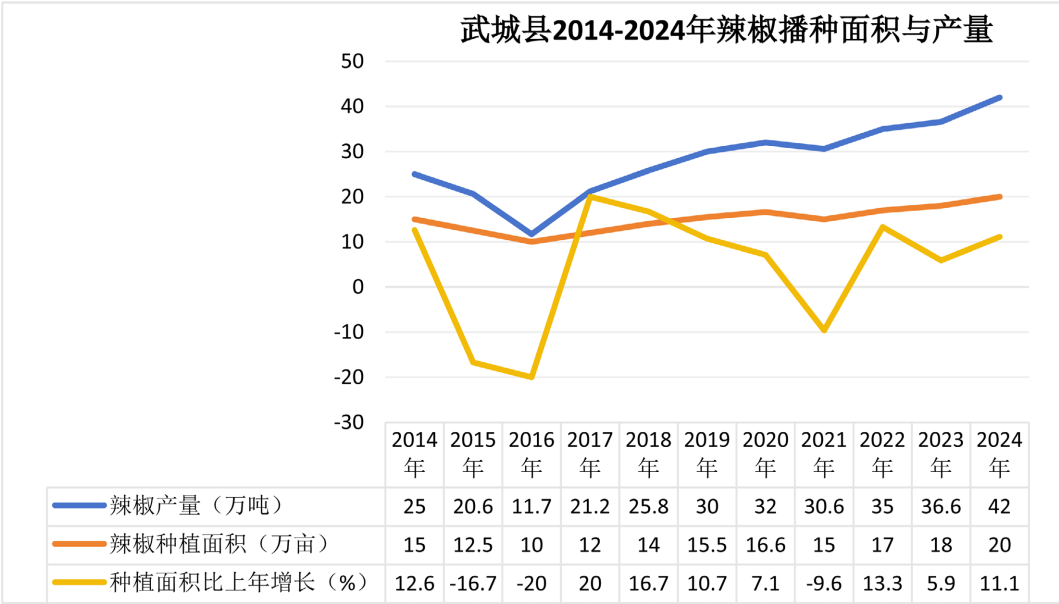
中国辣椒种植面积占全国蔬菜总面积的近 10%，位居蔬菜种植面积第一位，中国是全球最大的辣椒主产国[6]。据表 1 数据显示，辣椒产区遍及全国各地，华北、西北是我国辣椒的优势产区，华南是冬季优势产区。从分布省域来看，主要分布在贵州省、新疆维吾尔自治区、湖南省、山东省、河南省等地。山东省辣椒产量占全国的 10%以上，辣椒种植面积 107 万亩，年产量 78 万吨，拥有“武城辣椒”“金乡辣椒”两个地理标志[7]。其中，武城辣椒发展过程中将大数据嵌入产业链条，通过采集、研判全国 36 个辣椒主导市场数据，主导发行了全国首支辣椒价格指数——中国武城英潮辣椒价格指数，已成为国内辣椒价格的风向标。山东的武城尚庄辣椒城、武城玄帝庙市场、金乡凯盛市场、山禄市场等已成为北方乃至全国重要的辣椒交易市场、集散地和出口地。山东既是辣椒种植大省，又是辣椒加工出口大省，全国 80%以上的出口辣椒由山东加工出口。

Table 1. The main production areas, product types and industrial characteristics of chili peppers in China  
表 1. 我国辣椒主产区、产品类型及产业特点

| 产区 | 产量占比(全国) | 核心产品类型           | 产业特点          |
|----|----------|------------------|---------------|
| 山东 | 约 10%    | 牛角椒、干椒、加工品       | 加工出口强，北方集散中心  |
| 贵州 | 15%~20%  | 干椒、朝天椒           | 全产业链覆盖，种植面积最大 |
| 新疆 | 20%      | 工业干椒、红色素原料       | 机械化程度高，品质稳定   |
| 河南 | 约 10%    | 三樱椒、朝天椒          | 全国最大干椒交易市场    |
| 湖南 | 8%~10%   | 线椒、鲜食椒           | 鲜食消费为主，品种多样化  |
| 四川 | 约 5.2%   | 线椒(80%)主要用于豆瓣酱原料 | 加工需求驱动，区域集中度高 |

“武城辣椒”是国家农产品地理标志产品，入选山东省第 4 批知名农产品区域公用品牌，被中国蔬菜流通协会评为“全国十大名椒”。武城县辣椒产业年加工产值超 23 亿元，占全省的 20%左右[8]。武城镇是武城辣椒种植的核心区域，以武城镇尚庄村等周边 5 个村庄为核心，连片打造了现代农业辣椒产业园区。此外，郝王庄镇也是辣椒种植和交易的重要地区，拥有玄帝庙辣椒市场，是鲁北、冀东南辣椒交易量较大的市场。山东省德州市武城县早在 2002 年就被原农业部命名为“中国辣椒之乡”；2023 年，武城镇凭借辣椒入选农业农村部第十二批全国“一村一品”示范镇和全国乡村特色产业超十亿元镇。武城

县走“以企带村、以村促企、发展富民、三方共赢”的乡村振兴路径，企业和村民成为唇齿相依的利益联合体，形成辣椒种植、加工、销售一体化产业链，实现了辣椒产业的持续健康发展。武城县辣椒种植历史悠久，据记载已有 170 余年种植历史，据图 1 近十年数据来看，常年种植面积稳定在 15 万亩，高峰期达到 20 万亩以上，快速发展期种植面积常年保持在 10 万余亩[9]。近两年由于种植结构改变，辣椒种植逐步由散户种植转向专业化基地种植，武城县近来不断发展辣椒高产新品种基地，辣椒种植也不再局限于武城县域内，近几年，在武城及其他辣椒产区建立标准化辣椒种植基地 20 余万亩，其中无公害认证基地 10.5 万亩，2023 年中椒英潮公司辣椒产品示范基地入选国家现代农业全产业链标准化示范基地。



数据来源：武城县统计局、武城辣椒产业协会。

Figure 1. The sown area and yield of chili peppers in Wucheng County from 2014 to 2024

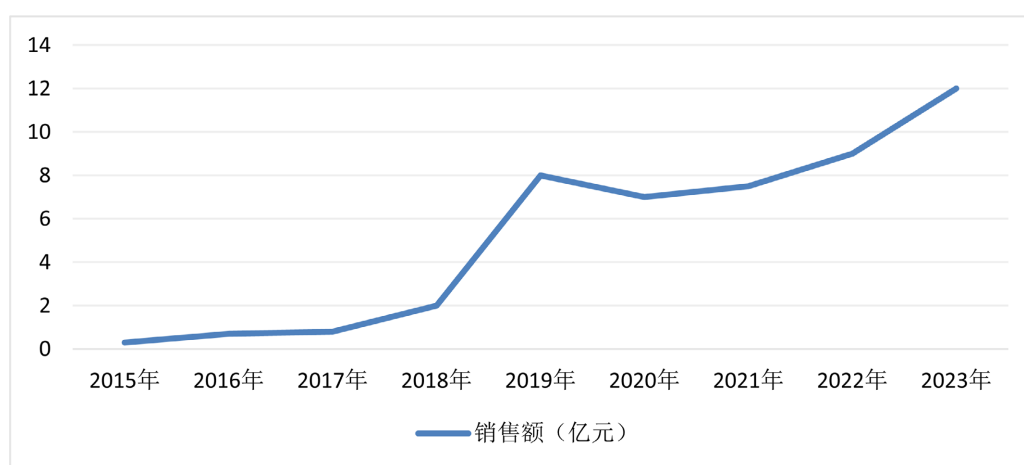
图 1. 武城县 2014~2024 年辣椒播种面积与产量

2.2. 龙头企业辣椒产业化发展概况

全国 80%的鲜椒出口量源自山东省，其中，山东省出口韩国的辣椒及其制品，50%以上来自武城县。武城县在上世纪 90 年代起进行辣椒贸易，但起初从事精深加工企业较少，只有中椒英潮等少数优质企业，近年来，武城县持续加大招商引资力度，引进了辣椒酱行业内首创小罐装辣酱产品的虎邦食品有限公司、全球最大的香辛料油树脂生产商和销售商——印度馨赛德公司等一大批行业内顶尖龙头企业入驻武城县。目前武城县 32 家农业企业中，辣椒精深加工企业占 12 家，包括国家级农业龙头企业 1 家、省级农业龙头企业 1 家、市级农业龙头企业 3 家，由此可见，辣椒产业正呈现蓬勃发展态势。近年来，武城县每年生产加工鲜辣椒 30 万余吨，年加工产值 20 亿元以上，2023 年武城县生产总值为 212.56 亿元，辣椒产业产值占全县 10%左右，辣椒产品在全球 35 个国家和地区畅销。

武城辣椒依托本地辣椒精深加工企业，目前有辣椒配料、韩式风味酱、鲜椒酱、辣椒提取物、辣椒快速消费品五大系列一百多个产品，其中 6 个产品获得绿色食品认证，成功打造了“英潮”、“东顺斋”、“虎邦”等多个在国内外有较高知名度的品牌。山东中擎食品科技有限公司，主营产品有干辣椒、速冻辣椒、辣椒粉、韩式辣椒酱等；虎邦食品有限公司主要产品为辣椒酱制品；馨赛德德州生物科技有限公司主要产品为植物提取物；山东东顺斋食品有限公司主要产品是辣椒圈、香脆椒等产品。并且武城县还

有德州英潮红种业有限公司，主做辣椒种子；武城县大力农业机械有限公司、德州春明农业机械有限公司主做辣椒种植、收获机械[10]。在产业链延伸方面，近几年，本地辣椒制品龙头企业中椒英潮业开拓了线上电商平台销售方式，并成立了物流中心及组建了年轻的营销团队，将武城辣椒及其制品销售到全国各地。图2数据显示，英潮鲜椒酱2015年当年实现销售额300万元，2016年突破700万元，2017年倍增至8000余万元，2018年直接突破2亿元，2019年在升级生产线后当年销售额实现8亿元，2020年疫情原因销售额略微下降，但同年扩大了线上销售达到7亿元，2021年销售额7.5亿元，2022年达到9亿元，2023年疫情结束后线上线下融合发展达到12亿元。近年来，武城县把辣椒产业作为实现乡村产业振兴的重要抓手，坚持全产业链和融合发展的理念，集中资源要素，建设以精深加工为重点、以规模化种植基地为依托、产业化龙头企业带动、现代生产要素集聚、“生产+加工+科技+品牌营销”的现代农业产业集群，促进三产融合和全产业链开发。



数据来源：中椒英潮公司销售部。

Figure 2. Sales chart of Yingchao Fresh Pepper Sauce from 2015 to 2023 (Unit: 100 million yuan)

图2. 英潮鲜椒酱2015~2023年销售额情况图(单位: 亿元)

### 3. 武城辣椒产业价值链纵向分析与横向比较

#### 3.1. 武城县辣椒产业化发展价值链模式及主要参与主体成本收益分析

武城辣椒在县级层面推行“企业+合作社+农户”的订单生产模式并积极探索出“党建+企业+村集体经济组织+大户+脱贫户+基地”的发展模式，发展辣椒订单种植，约定最低收购价格，让农民种植辣椒既有保障又能增收。通过走“以企带村、以村促企、发展富民、三方共赢”的乡村振兴路径，企业和村民成为利益联合体，形成辣椒种植、加工、销售一体化产业链，实现了辣椒产业的持续健康发展。形成以中椒英潮集团为主、联结其他企业的合作机制。分析武城辣椒产业的价值链构建模式，主要有四种类型：

价值链1——以农户为中心模式：农户直接贩卖鲜椒、干椒给市场上的需求者，该模式在2017年以前在全县辣椒产业链中占比较大，主体都是以散户为主，不成规模，产量也较低。辣椒种植品种单一，缺乏创新，销路存在单一性问题，只能等待商贩上门收购。这些都让辣椒种植户抵御市场风险的能力脆弱，没有任何议价能力。随着产业化发展及种植结构的改变，种植辣椒的普通散户大幅度减少，该模式占比也逐渐降低。

价值链2——以合作社为中心模式：合作社作为核心主体，以同期保护价向当地农户收购辣椒，继而转

售给批发商、零售商或加工企业。同时，合作社为农户提供农资采购、种植及制干技术指导等配套服务。然而，本地合作社自身发展水平参差不齐及认知能力有限，其整体服务效能不高，导致价值链增值潜力受限。

价值链 3——以加工企业为中心模式：自有标准化种植基地或合作社收购的鲜椒通过加工企业自有冷库对鲜椒储存或烘干制成辣椒干储存，解决季节化生产与常年生产带来的供需矛盾，常年做椒碎、椒丝、椒圈、椒粉、辣红素、椒酱等初、深加工产品，然后再销往各大超市、自有品牌专卖店，或利用电商平台销售，代表性企业有虎邦、中擎、辣贝尔等，对辣椒生产的增值关键在于创新产品品类以提高利润空间、创新营销模式以提升市场销量等。

价值链 4——以仓储贸易企业为中心模式：构建以出口为导向的供应链体系，其核心主体为仓储贸易企业，典型代表是中椒英潮辣业发展有限公司。此类企业发展到一定规模后，或与加工企业建立协作关系，或主动拓展精深加工业务。其核心增值点在于区域公用品牌的打造与推广，以及对上游农产品的价值提升能力。中椒英潮集团自创立之初仅专注于辣椒贸易，通过与多家外贸公司合作，将武城辣椒出口至日本、美国、韩国等国家。但近些年，该企业通过延伸深加工产业链，创立自主品牌“英潮鲜椒酱”，最终发展成为一家涵盖研发、育种、收购、加工、储藏、销售及出口全产业链环节的农业产业化国家重点龙头企业。

**Table 2.** Cost-benefit analysis of main participants in different value chain models of peppers in Wucheng County in 2024 (Unit: Yuan/Mu)

**表 2.** 2024 年武城县辣椒不同价值链模式下主要参与主体成本收益分析(单位：元/亩)

| 价值链模式               | 主要参与主体    | 生产成本      | 销售收入        | 净利润       | 备注                   |
|---------------------|-----------|-----------|-------------|-----------|----------------------|
| 农户直销<br>(价值链 1)     | 农户        | 2200      | 7500~8500   | 5300~6300 | 价格波动大，成本含劳动力机会成本     |
| 合作社中介<br>(价值链 2)    | 农户        | 2200      | 7000~8000   | 4800~5800 | 合作社收购价通常略低于市场价       |
|                     | 合作社       | 7000~8000 | 7200~8500   | 200~300   | 生产成本为支付给农户的成本        |
| 加工企业主导<br>(价值链 3)   | 农户(订单)    | 2200      | 7000(保底)    | 4800      | 保底价收购，价格低迷时收益稳定但偏低   |
|                     | 加工企业      | 7000+加工成本 | 9000~11,000 | 1000~3000 | 加工后产品价值，视产品附加值而定     |
| 贸易仓储企业<br>主导(价值链 4) | 农户(订单/基地) | 2200      | 7200(均价)    | 5000      | 价格相对稳定，部分参与基地分红      |
|                     | 贸易仓储企业    | 7200+仓储物流 | 8000~10000  | 800~2800  | 销售收入包含国内分销与出口，出口溢价较高 |

数据来源：数据根据武城县农业农村局、样本企业及种植户访谈数据整理估算。

根据表 2 数据可以分析得出：一、农户在价值链 1 模式下潜在收益最高但风险最大，价值链 4 模式下收益最稳定但绝对值不高。二、价值链 2 合作社模式中，合作社利润微薄，增值能力有限。三、价值链 3 加工企业和价值链 4 贸易仓储企业模式，通过加工、品牌、渠道获取了产业链中的主要增值部分，但在当前模式下，对上游农户的利润返还不足，特别是价值链 3 保底订单模式在价格低迷时农户仅能获得微利，未能有效分享产业增值收益，这是影响其履约意愿和长期稳定性的关键。

3.2. 与其他县域特色农业产业化价值链横向比较

在第一产业种植环节，人工成本与终端价格之间的结构性失衡问题尤为突出。辣椒属于劳动密集型作物，成熟期需要人工分批次采摘以保证果实完整。据走访调查了解，2023 年武城辣椒主产区的人工采摘成本高达 2.8 元/公斤，占总生产成本的 54%。相比之下，新疆棉花采摘同样依赖人工，但得益于国家

收储政策补贴以及机采棉技术的不断进步,其生产成本的可控性明显优于武城辣椒。同样需要手工采摘的普洱茶,其采摘成本更高,然而,普洱茶依托“古树茶”、“单株茶”等稀缺性概念,最终售价可达2000元/公斤以上,人工成本占比大大降低,形成了高投入高溢价的良性循环。武城辣椒加工目前仍以干椒、辣酱等初级产品为主,辣椒素等深加工产品占比低,难以通过提升附加值来有效对冲高昂的人工成本。同时,相较于棉花、水稻等主粮作物,辣椒相关生产机械的研发投入不足。要破解人工成本与产品价格不相匹配的难题,需要融合品种改良、专用农机研发和深加工增值这三个方面进行改革,不能仅仅依赖压缩劳动力成本。

在连接第一、第二产业的产品研发与加工环节,武城辣椒表现出明显的研发能力短板。与山东省金乡县相比,金乡大蒜产业在第一、第二产业融合中展现出了更深厚的研发实力和更广阔的加工空间。一方面,金乡通过基因改良、新品种研发和数字化种植技术不断提升原料品质;另一方面,利用超临界CO<sub>2</sub>萃取、生物发酵等先进技术,成功开发出大蒜素胶囊、黑蒜、大蒜精油等高附加值产品,覆盖医药、食品、化工三大领域。据金乡县大蒜产业协会数据调查显示,大蒜产业技术转化效率高,深加工产品产值占比达到60%,出口产品中精深加工品占比超过75%,并通过自主品牌直接进入欧美高端市场,形成了“技术专利-标准制定-全球分销”的完整闭环。虽然武城辣椒产业在辣椒素提取、低盐发酵等领域取得了一定突破,但与金乡相比仍存在显著差距:首先,高附加值产品结构单一,核心产出仍集中在辣酱、干椒、调味品及辣椒红色素等初级提取物上,医药级产品研发滞后,未能形成类似大蒜素那样的跨领域影响力;其次,技术成果转化效率偏低,深加工产品产值不高,产业规模化程度不足,加工设备依赖进口,工艺自主化率低于金乡;最后,国际市场开拓能力较弱,出口以OEM(代工)贴牌和原料供应为主,自有品牌出口占比较低,且未能通过HACCP(危害分析和关键控制点)、FDA(美国食品和药物管理局)等国际认证,难以建立全球供应链话语权。两者的核心差异在于技术整合能力。金乡县依托大蒜产业研究院,实现了“产学研用”一体化,有效推动了技术从实验室到生产线的快速迭代。而武城在跨学科技术融合、产品开发创新以及全球市场标准的对接方面,仍有较大提升空间。

在融合第一、第二、第三产业的产品营销环节,武城辣椒目前主要侧重于第一、第二产业的结合,第三产业的发展水平尚需提升。对比陕西洛川苹果产业,其以“三产融合”为核心,构建了“品牌化+文旅体验+全渠道”的立体营销体系。通过结合文旅场景进行营销,设计苹果主题采摘节、苹果宴等体验活动,每年吸引游客约50万人次,成功带动礼盒装苹果终端售价达到30元/斤,溢价率超过300%。洛川苹果正是借助文旅融合和情感价值传递,有效激活了面向消费者的高溢价能力。武城辣椒则以企业客户市场为核心,其“英潮虎邦”辣酱品牌通过“小包装+网红带货”策略尝试切入个人消费者快消市场。两者营销模式的差异根源在于资源禀赋和产业定位的不同:洛川依托地理标志品牌和丰富的文旅资源,重点强化消费端的体验价值;武城辣椒则立足于加工技术优势,更多以工业化思维重构农业价值链。这两个案例为县域农业的三产融合分别提供了“品牌文化驱动”和“技术优势驱动”的典型发展路径。

## 4. 市场营销视角下武城县辣椒产业链发展的关键问题

### 4.1. 龙头企业带动力不足引发产业链整合失效

武城县辣椒加工企业呈现“一强多弱”的失衡格局,产业集中度严重不足。全县13家加工企业中,仅中椒英潮一家国家级龙头企业的年产值达到10亿元,其余企业平均规模较小,呈现“小散弱”状态。龙头企业研发投入较低,低于全国农产品加工企业平均水平,导致高附加值产品开发严重滞后。辣椒产业中辣椒红素、医用辣椒素等精深加工产品产能利用率较低,产业链纵向整合存在三重断裂:上游种植环节因缺乏统一品种标准和种植规程,缺少符合加工要求的优质原料;中游加工环节同质化竞争较大,初级加工品占比超80%;下游销售环节因品牌知名度较弱,出口产品多以贴牌形式进入国际市场,严重

压缩自主品牌的溢价空间。产业链纵向整合的三重断裂形成“弱企难升级－低利困弱企”的恶性循环。

#### 4.2. 利益联结松散导致产销协同周期性失衡

辣椒种植中订单农业覆盖率不足 40%，且契约稳定性极差。据武城县农业农村局调查数据来看，2023 年因市场价格波动导致的订单违约率达 25%，较山东省订单农业平均违约率高 10 个百分点。经走访调查，就影响订单履约率的因素深入分析发现，主要存在四方面原因：市场价格的剧烈波动是导致违约的直接诱因，据了解，鲜椒收购价年际波动幅度可达 40% 以上；风险分担机制的缺失使得企业与农户在价格下行时均倾向于违约自保，椒农在辣椒市场供过于求时面临企业压价收购，而农户转售高价市场，出现在利润分配上的严重失衡；契约约束力弱，缺乏有效的法律保障和惩戒机制；信息不对称，农户对市场行情预判能力弱，企业在原料质量把控上存在困难。最终企业为保障原料供应只能自建基地或外地采购，导致生产成本增加。这种松散联结导致“椒贱伤农”与“原料短缺”周期性交替，形成产销冲突。

#### 4.3. 龙头企业数量少，产品结构较为简单，价值链延伸广度不足

辣椒生产环节面临双重技术断层：绝大部分椒农仍采用传统直播方式，因长期使用自留种导致种性退化，单位面积产量较脱毒种苗种植低将近 40% [9] [10]。另一方面，劳动力结构失衡加剧技术推广难度，据实地调研数据统计，辣椒种植 55 岁以上从业者占比 68%，初中以下文化程度者高达 83.9%，高年龄低学历人群导致高科技生产技术覆盖率严重不足。其次是加工环节创新投入严重不足，根据样本企业访谈及财务数据估算，辣椒加工相关企业研发经费占营业收入比重极低，设备更新周期长达 8~10 年。技术短板导致加工副产物综合利用率低于 30%，每年约 2 万吨辣椒籽、秸秆被废弃。深加工产品占比长期徘徊在 20%，较山东寿光蔬菜加工转化率低 40 个百分点，产业增值能力严重受限。

#### 4.4. 流通体系滞后造成市场效能损失

中国武城辣椒城面临严重资源错配问题。武城辣椒产业协会市场报告显示，因缺乏预冷、仓储设施，交易市场内 60% 交易量集中在 10~12 月，导致春夏季节场地闲置。市场服务体系存在三大缺陷：信息传导失效，价格监测仅覆盖 30% 主产区，信息发布滞后 3~5 天，造成极大损失；据武城县交通局及辣椒产业协会统计，武城县域内物流网络薄弱，产业内冷链流通率不足 15%，出口物流需经青岛港等沿海港口中转，周期长达 20 天，物流成本占比较高；数字渠道缺失，导致电商渗透率极低，且网店较为分散，缺乏统一产区品牌背书，无法对接全球辣椒电子交易平台。

#### 4.5. 品牌价值缺失弱化三产融合动能

基于山东省消费者调研及企业访谈估算，武城辣椒作为地理标志品牌转化率不足 30%，形成“有名品无名牌”困局。武城辣椒产地知晓度高达 75%，但企业品牌关联度低于 20%，导致 60% 加工品贴牌出口，造成品牌损失。三产融合深度不足问题突出：文旅开发停留在初级形态，辣椒节吸引人次少，人均消费较低；康养领域尚未开发，辣椒素在理疗、制药等高价值领域应用空白；文化内涵挖掘严重缺位，大运河辣椒商帮历史、传统炕椒工艺等文化资产未转化利用。

### 5. 市场营销视角下武城县辣椒产业链优化策略

#### 5.1. 构建三级龙头企业梯队，强化链主功能

实施龙头企业梯度培育计划破解“链主缺失”困境。武城当地应设立产业基金支持中椒英潮建设国家级辣椒工程中心，重点突破医用辣椒素纳米萃取技术；通过企业发展结构改革引入社会资本，对 10 家

中小企业实施智能化改造,开发即食辣椒脆片、复合调味酱等快消品,短期内提高深加工占比;提供“三免两减半”税收优惠,吸引周黑鸭、老干妈等辣椒需求较高的企业在武城设立分厂,建设“辣椒创新产业园”,形成“核心链主-专业配套-外部协同”的梯队格局。

## 5.2. 创新四联一稳机制,构建利益共同体

推行系统性利益联结方案破解产销失衡难题。联产环节由党支部领办合作社整合土地,企业统一提供脱毒种苗与智能灌溉设备,建立万亩标准化种植基地;辣椒种植及联销环节实施“保底价+市场溢价分红”订单模式,提升订单农业覆盖率,深度绑定椒农4万户,溢价部分按合理比例分配;政府在联保环节通过财政补贴对价格指数险和自然灾害险实现基础覆盖;在联营环节推广武城县尚庄村“土地入股+加工厂分红”模式,村集体以设施入股获得加工利润分成。该机制可以有效提高订单履约率及每亩的平均收益。

## 5.3. 实施全链科技赋能工程,突破要素制约

构建“产学研用”一体化创新体系。种植端建设大规模智慧农业示范基地,集成物联网水肥系统与无人机植保,降低人工成本并提高单产;加工端联合大学建立辣椒精深加工实验室,攻关超临界CO<sub>2</sub>萃取技术,开发辣椒精油、辣椒籽油等高附加值产品,辣椒生产中的副产物转化膳食纤维饲料,实现废物利用及增值;人才端设立“辣椒产业学院”,开设智慧种植、电商运营等课程,培育持证的新型椒农。配套建立品种权保护机制,对“德红1号”等良种繁育给予补贴,确保脱毒种苗全覆盖率。

## 5.4. 打造三位一体流通体系,提升市场效能

构建现代化供应链网络破解流通瓶颈。智慧交易平台建设方面,在辣椒城设立数据中心,实时对接全国30个价格监测点,发布“武城辣椒指数”指导产销决策;仓储模式创新方面,采用“农光互补”方案,在市场顶棚安装光伏板,夏季及淡季发电收入覆盖闲置成本,板下空间改建5万吨级冷链仓;跨境物流优化方面,优化跨境物流运输模式,在韩设立海外仓及配套保税加工功能,使物流周期大大压缩,降低出口成本。同步建设“武城辣椒”B2B平台,接入全球辣椒电子交易市场。

## 5.5. 深化品牌战略,释放三产融合价值

对武城辣椒实施地标品牌升级计划。建立区块链溯源系统,实现“一椒一码”全流程监管,打造高端产品,提升品牌溢价率;构建“百名网红+千个直播间”矩阵,联合电商平台打造辣椒产品电商基地,培训上百名电商主播;创新“辣椒+文旅”融合模式,沿大运河建设辣椒主题公园,开发酱腌DIY工坊与辣椒宴特色餐饮;康养方面联合相关大学研发辣椒素贴剂、养生火锅底料系列;文创方面出版《武城辣椒三百年》历史专著,复原传统炕椒工艺场景。提高三产融合收益,提高游客引流人次,提升品牌价值。

## 6. 总结

本研究基于特色农产品营销视角对农业产业融合发展进行探究,通过实证分析发现,农业产业在向产业链中高端延伸的过程中,呈现出由传统农业生产体系向现代工业经济形态演进、由单一农村经济单元向综合区域经济系统转型的递进式发展规律。在理论层面,本研究不仅拓展了源自工业与信息化领域的产业融合理论在农业经济领域的应用边界,同时通过实例论证完善了该理论体系的适用性;在实践层面,此研究可为政府部门制定农业现代化发展战略提供兼具理论依据与操作可行性的决策参考框架,特别是在探索传统农业向高附加值产业形态转型升级的创新路径方面提供实用性的决策和思路参考。

---

## 参考文献

- [1] 尹成杰. 产业振兴是乡村振兴的重中之重[J]. 农村工作通讯, 2023(5): 25-27.
- [2] 夏杰长, 刘慧. 以产业融合壮大实体经济: 作用机理与推进策略[J]. 财经问题研究, 2023(1): 3-12.
- [3] 梁远, 毕文泰. 乡村振兴背景下特色农产品电商发展模式研究[J]. 农业科学研究, 2020, 41(2): 45-47.
- [4] 孙婷妹, 朱涌文. “互联网+”视域下农产品流通模式创新发展与支撑对策研究[J]. 商业经济, 2020(12): 106-108.
- [5] 陈俊营, 崔文杰, 方俊智. 农业新质生产力与农村产业融合: 作用机制与实证检验[J]. 金融与经济, 2024(12): 50-61.
- [6] 林巧, 辛竹琳, 孔令博, 等. 我国辣椒产业发展现状及育种应对措施[J]. 中国农业大学学报, 2023, 28(5): 82-95.
- [7] 马根众, 朱月浩, 王萍, 等. 辣椒机械化移栽技术分析——以山东蒜椒轮作模式为例[J]. 农机科技推广, 2024(1): 29, 31.
- [8] 马毓敏, 乔立娟, 王东平, 等. 德州市加工型辣椒品种推广问题与对策[J]. 蔬菜, 2022(5): 52-55.
- [9] 韩梅梅, 段青青, 谭延肖, 等. 山东武城加工型辣椒露地栽培关键技术及产业发展对策[J]. 长江蔬菜, 2022(23): 1-3.
- [10] 王兆运, 高原, 李敏. 武城县辣椒产业发展现状与思考[J]. 中国农技推广, 2024, 40(10): 23-25.